



HOUSE OF IMPACT
SPÓŁKA Z
OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚĆ
CIĄ

★★★★★ 4,9 / 5

582 oceny

Od strategii do konwersji: sprzedaż, marketing online, SEO i kampanie Google Ads

Numer usługi 2026/04/30/175925/3526772

📍 Pyzdry

🏠 Usługa szkoleniowa

📄 stacjonarna

🕒 40:00 h

📅 06.06.2026 do 09.06.2026

7 134,00 PLN brutto

5 800,00 PLN netto

178,35 PLN brutto/h

145,00 PLN netto/h

250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Grupa docelowa usługi	Właściciele firm MŚP, kadra zarządzająca oraz specjaliści ds. sprzedaży i marketingu, zainteresowani rozwojem kompetencji w zakresie marketingu internetowego, SEO, kampanii Google Ads oraz zarządzania procesami sprzedażowymi w środowisku online.
Minimalna liczba uczestników	5
Maksymalna liczba uczestników	20
Data zakończenia rekrutacji	05-06-2026
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	40
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Certyfikat VCC Akademia Edukacyjna

Cel

Cel edukacyjny

Celem szkolenia jest rozwój kompetencji uczestników w zakresie planowania i realizacji skutecznych działań sprzedażowych oraz marketingowych w środowisku internetowym, z uwzględnieniem zarządzania procesami biznesowymi, optymalizacji SEO, prowadzenia kampanii Google Ads oraz precyzyjnego targetowania klientów.

Uczestnik po szkoleniu:
 analizuje i dobiera odpowiednie kanały sprzedaży i marketingu online
 planuje i optymalizuje działania SEO
 tworzy i zarządza kampaniami reklamowymi w Google Ads
 de

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Identyfikuje i rozumie podstawy marketingu internetowego, SEO oraz kampanii Google Ads	Uczestnik poprawnie definiuje min. 3 pojęcia (SEO, CPC, konwersja)	Test teoretyczny
	Uczestnik wskazuje różnice między SEO a reklamą płatną	Test teoretyczny
Planuje i realizuje działania sprzedażowe oraz marketingowe w internecie	Uczestnik opracowuje prosty plan działań marketingowo-sprzedażowych	Test teoretyczny
	Uczestnik dobiera minimum 2 kanały marketingowe adekwatne do celu	Test teoretyczny
Dobiera grupy docelowe i stosuje skuteczne metody targetowania	Uczestnik wskazuje min. 2 kryteria segmentacji (np. demografia, zachowania)	Test teoretyczny
	Uczestnik dobiera ustawienia targetowania do przykładowej kampanii	Test teoretyczny
Uczestnik tworzy i optymalizuje kampanie reklamowe online	Uczestnik przygotowuje projekt kampanii (cel, grupa, budżet)	Test teoretyczny
	Uczestnik tworzy przykładową reklamę (nagłówek, opis)	Test teoretyczny

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem zawierają opis efektów uczenia się?

TAK

Pytanie 2. Czy dokument lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji i zgodnie z zaplanowanymi metodami walidacji?

TAK

Pytanie 3. Czy dokument lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielanie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

TAK

Program

DZIEŃ 1 – Fundamenty sprzedaży i marketingu online

10:00–11:30

- Wprowadzenie do szkolenia i celów biznesowych
- Czym jest marketing internetowy i sprzedaż online
- Różnice: marketing tradycyjny vs digital
- Aktualne trendy w e-commerce i usługach online

11:45–13:15

- Zachowania klientów w internecie (customer journey)
- Jak klient podejmuje decyzje zakupowe online
- Wprowadzenie do lejka sprzedażowego (TOFU/MOFU/BOFU)
- Przykłady ścieżek zakupowych

13:45–15:15

- Budowanie oferty sprzedażowej online
- Propozycja wartości (UVP)
- Segmentacja rynku i podstawy grup docelowych
- Dopasowanie oferty do klienta

15:30–17:00

- Kanały sprzedaży online (strona www, social media, marketplace)
- Wybór kanałów w zależności od biznesu
- Podstawy strategii marketingowej
- Ustalanie celów marketingowych (SMART)

17:15–20:00

- Warsztat: analiza przykładowego biznesu
- Mapowanie lejka sprzedażowego
- Projektowanie podstawowej strategii marketingowej
- Omówienie wyników pracy uczestników

DZIEŃ 2 – SEO i widoczność w Google

10:00–11:30

- Jak działa wyszukiwarka Google
- Wprowadzenie do SEO (on-site / off-site)
- Czynniki rankingowe

11:45–13:15

- Dobór słów kluczowych (keyword research)
- Intencje użytkownika (informacyjna, transakcyjna)
- Narzędzia do analizy słów kluczowych

13:45–15:15

- Optymalizacja treści na stronie (SEO copywriting)
- Nagłówki, meta opisy, struktura tekstu

- Tworzenie treści pod użytkownika i Google

15:30–17:00

- • Techniczne SEO (podstawy)
- Szybkość strony, mobile-friendly
- Linkowanie wewnętrzne

17:15–20:00

- • Warsztat: audyt SEO przykładowej strony
- Identyfikacja błędów i propozycje poprawek
- Praca na słowach kluczowych

DZIEŃ 3 – Google Ads i reklama online

10:00–11:30

- • Wprowadzenie do Google Ads
- Modele reklamowe (CPC, CPM)
- Struktura kampanii

11:45–13:15

- • Tworzenie kampanii w wyszukiwarce
- Dobór słów kluczowych do reklam
- Ustawienia kampanii

13:45–15:15

- • Tworzenie skutecznych reklam (copywriting)
- Nagłówki, opisy, CTA
- Jakość reklamy (Quality Score)

15:30–17:00

- • Targetowanie odbiorców
- Lokalizacja, demografia, zainteresowania
- Segmentacja klientów

17:15–20:00

- • Warsztat: stworzenie kampanii Google Ads
- Ustawienie struktury kampanii
- Analiza i optymalizacja przykładowych reklam

DZIEŃ 4 – Zarządzanie, analityka i walidacja

10:00–11:30

- • Integracja działań marketingowych i sprzedażowych
- Zarządzanie procesami marketingowo-sprzedażowymi w firmie
- Lejek sprzedażowy w praktyce i jego optymalizacja

11:45–13:15

- • Wprowadzenie do analityki internetowej
- Omówienie Google Analytics i podstawowych funkcji
- Kluczowe wskaźniki efektywności (KPI): CTR, CPC, ROI

13:45–15:15

- • Analiza wyników kampanii marketingowych
- Interpretacja danych i wnioskowanie biznesowe
- Identyfikacja działań wymagających optymalizacji

15:30–17:00

- Optymalizacja działań marketingowych i sprzedażowych
- Podejmowanie decyzji na podstawie danych
- Tworzenie prostych planów usprawnień kampanii

17:15–18:00

- Powtórzenie i utrwalenie materiału
- Przygotowanie do walidacji
- Konsultacje z trenerem

18:00–20:00 – WALIDACJA (2 godziny)

Warunki organizacyjne:

·Szkolenie będzie miało charakter warsztatowy, łącząc teorię z praktyką w celu skutecznego przyswojenia wiedzy i umiejętności.

·W ramach szkolenia przewidziano ćwiczenia grupowe.

·Sala szkoleniowa wyposażona w materiały dydaktyczne oraz narzędzia multimedialne wspomagające proces nauki.

·Organizator zapewni komplet materiałów szkoleniowych.

·Maksymalna liczba osób w grupie: 20.

·Czas trwania zajęć teoretycznych: około 18 h zegarowych - w zależności od umiejętności grupowych, reszta zajęć to praktyka - która będzie trwała około 20 h zegarowych, podczas której uczestnik zrealizuje pełen zakres praktyczny usługi rozwojowej.

W celu potwierdzenia nabytych kompetencji uczestnicy przejdą walidację efektów uczenia się w formie testu teoretycznego oraz zadania praktycznego, przygotowanego i zweryfikowanego przez walidatora. Na zakończenie szkolenia zostanie przeprowadzony test podsumowujący obejmujący zagadnienia z zakresu marketingu internetowego, sprzedaży online, SEO, kampanii Google Ads oraz targetowania odbiorców. Uczestnicy będą również realizować zadanie praktyczne polegające na opracowaniu przykładowej strategii marketingowej lub kampanii reklamowej, co pozwoli na ocenę ich umiejętności w zakresie planowania, analizy danych, optymalizacji działań marketingowych oraz podejmowania decyzji biznesowych w środowisku online.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 5

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 5 Fundamenty sprzedaży i marketingu online	ADAM PECYNA	06-06-2026	10:00	20:00	10:00
2 z 5 SEO i widoczność w Google	ADAM PECYNA	07-06-2026	10:00	20:00	10:00
3 z 5 Google Ads i reklama online	ADAM PECYNA	08-06-2026	10:00	20:00	10:00
4 z 5 Zarządzanie, analityka	ADAM PECYNA	09-06-2026	10:00	18:00	08:00

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
5 z 5 Walidacja	-	09-06-2026	18:00	20:00	02:00

Cennik

Jeżeli korzystasz z dofinansowania w wysokości co najmniej 70% przysługuje Tobie zwolnienie z podatku VAT

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	7 134,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 800,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	178,35 PLN
Koszt osobogodziny netto	145,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 4



1 z 4

SEBASTIAN FIGAT

Sebastian to doświadczony manager gastronomii, specjalizujący się w optymalizacji procesów, sprzedaży eventowej oraz wdrażaniu nowoczesnych technologii, w tym sztucznej inteligencji, w branży HoReCa.

Doświadczenie:

2020–2024 – Asystent Profesora Waldemara Śmigasiewicza w Akademii Teatralnej im. A. Zelwerowicza w Warszawie

03.2022–08.2022 – Manager Operacyjny w Baila Show & Dining

06.2022–obecnie – Audytor hotelowy i cateringowy (Agencja Eventowa MRPM Małgorzaty Raduckiej)

08.2022–01.2024 – Manager Operacyjny oraz Event Manager w Restauracji Browar Warszawski

05.2024–05.2025 – Generalny Manager w Blue Cactus (Fabryka Norblina)

03.2025–obecnie – Dyrektor ds. Szkoleń w House of Impact Sp. z o.o.



2 z 4

ADAM PECYNA

Absolwent renomowanych uczelni takich jak Uniwersytet Gdański na wydziale Politologii, oraz Wyższej szkoły Bankowej na wydziale Ekonomii ze specjalizacją zarządzania i sprzedaży. Adam Pecyna jest cenionym ekspertem z zakresu psychologii sprzedaży, zarządzania, oraz budowania zespołów który swoją wiedzę od wielu lat wykorzystuje w praktyce do pomocy przedsiębiorstwom w rozwoju i poprawy efektywności. Przechodził stanowiska od przedstawiciela handlowego, przez managera, oraz dyrektora. Zarządzał i był odpowiedzialny za budowę zespołów nawet do 80 pracowników.

Pracował między innymi w branżach takich jak hotelarska, gastronomiczna, rozwój osobisty, oraz e-learning.

Trener-wykładowca na kursach, oraz szkoleniach sprzedaży i zarządzania od ponad 7 lat. Pomaga wielu firmom analizować efektywność ich rozwiązań i procesów biznesowych.



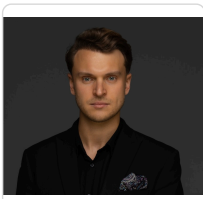
3 z 4

JERZY KUNDZIK

Trener posiada ponad 12-letnie doświadczenie w branży gastronomicznej, zdobyte w najbardziej wymagających conceptach warszawskiego rynku. Pełnił funkcje kierownicze w zespołach kilkunastoosobowych, pracując w lokalach o zróżnicowanej skali – od kameralnych restauracji po obiekty obsługujące jednorazowo kilkaset osób w modelu dziennym, wieczornym i nocnym. Uczestniczył w otwieraniu lokali, które trwale wpisały się w mapę stołecznej gastronomii i wyznaczały kierunki rozwoju rynku.

Odpowiadał za koordynację wydarzeń do 1000 uczestników, organizację eventów prywatnych oraz zabezpieczenie wizyt delegacji rządowych najwyższego szczebla. Doświadczenie zdobywał w obiektach generujących roczne obroty od kilkunastu do kilkudziesięciu milionów złotych, współtworząc i wdrażając procedury nastawione na optymalizację kosztów, wzrost sprzedaży oraz podnoszenie standardów obsługi.

Posiada ukończony kurs sommelierski WSET 2, co wzmacnia jego kompetencje w zakresie sprzedaży win i budowania oferty premium. W każdym lokalu osiągał ponadprzeciętne wyniki sprzedażowe, wygrywając konkursy i podnosząc średni rachunek. Specjalizuje się w budowaniu relacji z gościem, profesjonalnym serwisie oraz sprzedaży gastronomicznej. Szkolenia opiera na realnych case studies, zapewniając ich wysoką praktyczność i wymierny efekt biznesowy.



4 z 4

BARTŁOMIEJ MIERZEJEWSKI

Bartłomiej Mierzejewski to ekspert branży hotelarskiej i gastronomicznej z ponad dekadą doświadczenia w zarządzaniu operacyjnym, optymalizacji procesów i rozwoju zespołów w sektorze HoReCa. Zaczynał od stanowisk liniowych, dzięki czemu dobrze rozumie realia pracy operacyjnej oraz wyzwania codziennego funkcjonowania obiektów. Z czasem obejmował kolejne funkcje menedżerskie w hotelach o wysokich standardach i złożonych strukturach.

Doświadczenie zdobywał w markach premium, takich jak Marriott, Nobu, czy Hotel Bryza. Pełnił także funkcję Dyrektora Operacyjnego w jednej z największych firm outsourcingowych w Polsce, odpowiadając za ponad 450 pracowników w hotelach i restauracjach w całym kraju oraz nadzorując jakość, operacje i wdrożenia.

Ma na swoim koncie organizację prestiżowych wydarzeń dla kilku tysięcy gości, współpracując z markami premium. Łączy standardy segmentu HoReCa z praktycznym podejściem do efektywności operacyjnej.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Każdy z uczestników otrzymuje dedykowane materiały szkoleniowe (komplet dokumentów szkoleniowych w wersji pdf);

Adres

Pyzdry 2

62-310 Pyzdry

woj. wielkopolskie

Sala konferencyjna.

Kontakt



JACEK JASKÓLSKI

E-mail jacek@houseofimpact.co

Telefon (+48) 698 691 309